

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang melanda dunia menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih, era globalisasi dapat memperluas pasar produk, namun di sisi lain keadaan tersebut justru menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Kesadaran produsen akan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini dapat dijadikan peluang bisnis yang potensial. Salah satu peluang bisnis potensial yang dapat dimanfaatkan oleh produsen dalam menghadapi persaingan adalah teknologi telekomunikasi.

Perkembangan teknologi telekomunikasi di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini ditunjukkan dari jumlah pengguna *smartphone* yang terus meningkat. Saat ini *smartphone* tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan dasar hampir semua individu. Kegunaan teknologi tersebut dapat dirasakan manusia sejak banyak bermunculan teknologi komunikasi multifungsi seperti ponsel yang dapat digunakan untuk mempermudah proses tukar menukar informasi antar penggunanya. Selain sebagai media bertukar informasi, kenyataannya saat ini masyarakat juga menggunakan ponsel sebagai alat bantu seperti mengirim data pekerjaan, tugas sekolah, bahkan media untuk penghilang penat dengan bermain *game*.

Lembaga riset digital marketing *Emarketer* memperkirakan pada tahun 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia akan mencapai lebih dari 100 juta pengguna. Jumlah tersebut menempatkan Indonesia menjadi negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.¹



Gambar I. 1. Jumlah Pengguna *Smartphone* di Indonesia

Dari data di atas dapat dilihat bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. *Smartphone* sebagai ponsel cerdas memiliki kemampuan dengan penggunaan dan fungsi, seperti komputer yang dilengkapi dengan sistem operasi yang canggih². Produsen berusaha menciptakan *smartphone* yang menawarkan berbagai macam keunggulan seperti, fitur, harga, serta promosi agar dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

¹ <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018> diakses pada 17 Februari 2018

² https://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas diakses pada 19 Februari 2018

Berdasarkan informasi dari artikel *online* yang memaparkan bahwa Lembaga riset International Data Centre telah merilis laporan pasar *smartphone* di Indonesia. Samsung berada di urutan teratas dengan pangsa pasar sebesar 30 persen disusul oleh OPPO dengan perolehan 25,5 persen.³ Eksistensi Samsung di industri *smartphone* dapat terus dipertahankan di tengah persaingan dunia usaha yang semakin ketat, contohnya Samsung Galaxy J Series. Perusahaan perlu menaruh perhatian pada faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah fitur produk. Fitur produk merupakan sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Berbagai produk yang serupa dapat dilihat berbeda oleh konsumen dari perbandingan fitur di dalamnya, yaitu perbandingan kelengkapan fitur, kecanggihan fitur, atau keistimewaan yang ditonjolkan dari satu fitur di suatu produk dibandingkan dengan produk yang lain. Salah satu yang menjadi bagian terpenting dari fitur produk saat ini adalah daya baterai.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diperoleh informasi bahwa kurangnya daya baterai dan belum adanya fitur *fast charging* pada Samsung Galaxy J Series, akhirnya membuat mereka mempunyai berbagai pertimbangan untuk tidak membeli *smartphone* tersebut. Hal tersebut terjadi karena fitur *fast charging* terdapat pada Samsung Galaxy A Series yang

³<http://tekno.kompas.com/read/2017/11/23/08410067/daftar-5-besar-merek-smartphone-di-indonesia> diakses pada 19 Februari 2018

diperuntukkan untuk pasar menengah atas, sementara Samsung Galaxy J Series lebih diperuntukkan untuk pasar menengah ke bawah.

Disamping itu, Samsung Galaxy J Series juga dibekali sejumlah fitur unggulan. Salah satunya ialah fitur *Signal Max* yang memungkinkan *smartphone* menangkap sinyal lebih kencang karena dilengkapi *Dual Antena*. Namun di balik kecanggihannya, sejumlah pengguna sering mengeluhkan baterai Samsung Galaxy J Series menjadi lebih cepat panas.

Selain fitur produk faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga mungkin menjadi salah satu ukuran dalam menentukan kualitas, serta seberapa besar manfaat yang diperoleh konsumen jika menggunakan suatu produk. Namun bagi konsumen menengah ke bawah, harga akan menjadi pertimbangan bagi mereka, jika ingin membeli suatu produk dan apabila harga produk tersebut terbilang cukup mahal, maka mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan.

Samsung merupakan salah satu vendor *smartphone* yang menawarkan produk beragam, mulai dari lini menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Hal ini sejalan dengan komitmen untuk berusaha menghadirkan inovasi produk dan layanan purna jual terhadap konsumennya. Memperbanyak kehadiran layanan *service center* di Indonesia merupakan bagian dari strategi Samsung dalam memanjakan konsumen.⁴

⁴<http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/0kpJ2zWN-samsung-terus-unggulkan-layanan-purna-jual-di-indonesia> diakses pada 19 Februari 2018

Menurut hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, menunjukkan bahwa karena harga Samsung Galaxy J Series yang mahal dan mereka belum memiliki penghasilan yang cukup akhirnya membuat mereka enggan untuk membeli *smartphone* tersebut.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yitzhak Armando Laheba, dkk, dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung” yang menemukan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Samsung.⁵

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kelompok referensi. Ada kalanya sebagai konsumen ketika akan memutuskan membeli sebuah produk, rekomendasi atau saran dari orang terdekat, seperti keluarga dan teman sepermainan lebih dipertimbangkan, sehingga kelompok referensi mungkin dapat dikatakan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa pada umumnya, sebagian besar dari mahasiswa membeli *smartphone* Xiaomi karena teman-temannya mengatakan Xiaomi memiliki fitur yang sama dengan Samsung dan harganya pun lebih murah. Oleh karena

⁵ Yitzhak Armando Laheba, dkk., “Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung”. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Volume 3 No. 3 September (Manado: Universitas Sam Ratulangi, 2015), H. 101 ISSN 2303-11.

itu, mahasiswa memutuskan untuk lebih membeli Xiaomi sehingga menyebabkan keputusan pembelian Samsung rendah.

Kemudian faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* ialah gaya hidup. Sebuah studi yang dilakukan oleh iPrice mengungkapkan para penggila teknologi di Indonesia, Thailand, Vietnam, Malaysia dan Filipina rela terbang ke luar negeri hanya untuk menjadi yang pertama dalam memiliki iPhone 7, hal tersebut dilakukan karena tidak mau ketinggalan *update*.⁶

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa menurut mereka mengikuti gaya hidup yang sedang *trend* adalah hal yang penting, oleh karena itu, memiliki *smartphone* iPhone lebih bergaya keren dibandingkan dengan produk Samsung disebabkan oleh fitur produk, desain dan tentunya prestise.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* yaitu fitur produk, harga, kelompok referensi dan gaya hidup.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang sudah dijabarkan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang rendahnya keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy J series pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

⁶ <http://lifestyle.bisnis.com/read/20161008/220/590655/benarkah-demam-iphone-7-hanya-demi-gengsi> diakses pada 19 Februari 2018

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy J series pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yaitu sebagai berikut :

1. Fitur produk yang kurang canggih.
2. Harga produk yang mahal.
3. Kelompok referensi yang kurang baik.
4. Gaya hidup yang tidak sesuai.

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai permasalahan yang telah diidentifikasikan di atas, peneliti membatasi masalah yang diteliti, yaitu hanya pada masalah “Hubungan antara Fitur Produk dan Harga dengan Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Galaxy J Series pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara fitur produk dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy J series Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?

2. Apakah terdapat hubungan antara harga dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy J series pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
3. Apakah terdapat hubungan antara fitur produk dan harga dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy J series pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, untuk menambah pemahaman dan kemampuan berpikir khususnya dalam bidang pemasaran untuk mempelajari lebih dalam mengenai perilaku konsumen serta menambah pengalaman untuk melakukan penelitian di kemudian hari.
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, sebagai salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu penelitian dimana amanat tersebut diberikan kepada mahasiswa sebagai citivas akademika, serta sebagai salah satu cara untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pemasaran.
3. Bagi pihak vendor Samsung sebagai perusahaan *smartphone* untuk dijadikan bahan kajian referensi agar terus berinovasi dan memperhatikan pengembangan fitur produk dan penetapan harga, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian produk dimasa yang akan datang.
4. Bagi perpustakaan, semoga dapat memperkaya koleksinya dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.